

いわきアカデミア

令和2年度「大学生地域実践ゼミ」

令和3年 3月 23日（火） 10:00～11:00

医療創生大学

山口 憲二(代表)、金 世煥、 裴 鍾民

医療創生大学は、2020年度いわきアカデミア「大学生地域実践ゼミ」で、関連する次の2つのテーマで、それぞれチームを編成して実施した。参加学生は18名である。

① 新型コロナ禍における環境変化への企業の対応戦略

(-新商品・サービス戦略の変化-)

担当教員：山口 憲二、金 世煥

② 新型コロナ禍における環境変化への消費者行動の分析

(-顧客消費行動の変化-)

担当教員：金 世煥、裴 鍾民

- コロナ禍の 「小売とサービス業」をテーマにした。
- 多くの学生が地元の小売、サービス業に就職する。コロナ対策といえは、消毒やマスク、3密回避だが、デジタル化など、コロナ以前からの戦略が重要である。
- 「Z世代」が就職する。彼らは企業の倫理観を重視して、エシカル（倫理的な）就活などと言われる。
- 企業が 「SDGs」 や多様性受容にどれだけ熱心かを見ている。
- 学生には、コロナ対応を、広い視野、長期的な視野から考え、提案できる人材になってほしい。
- これがこのプロジェクトの目標である。

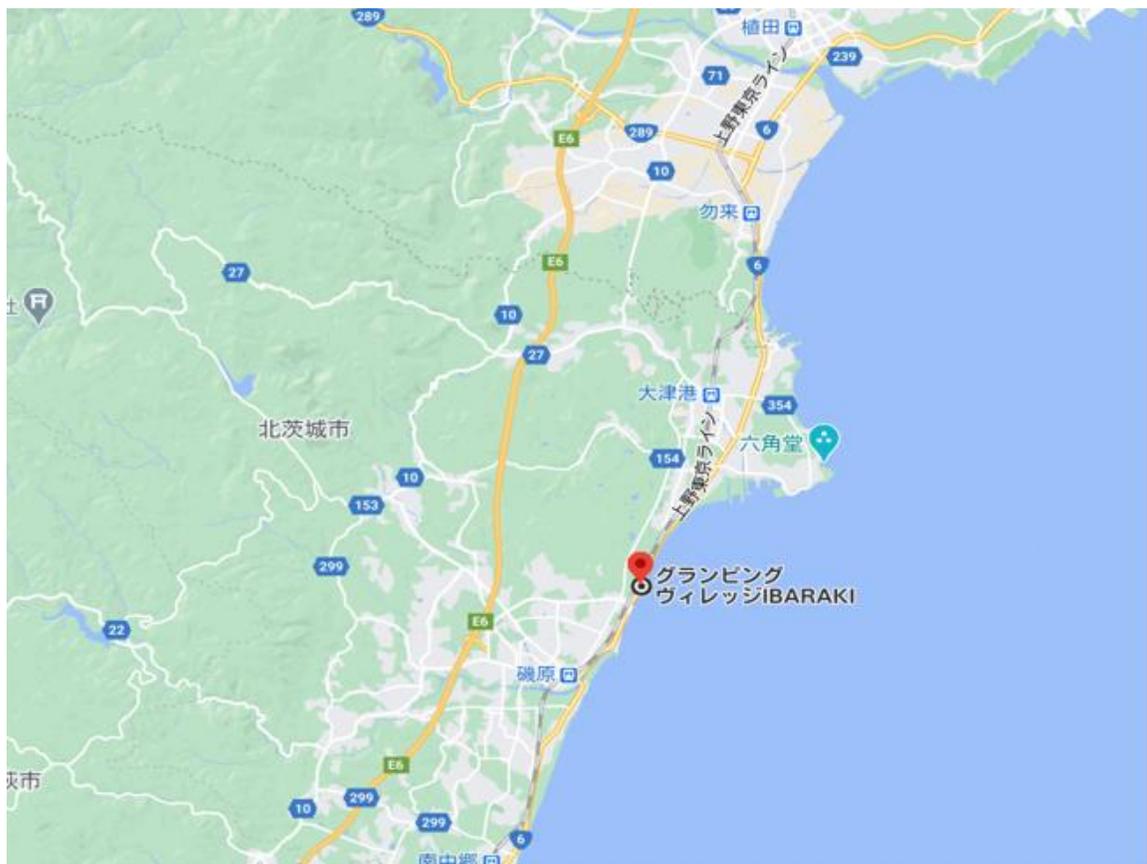
# 学生調査①「グランピングヴィレッジ IBARAKI」 - グランピングを提案する

※グランピングとは、魅力的な、華やかななどを意味する、GlamorousとCampingを組み合わせた言葉で、「魅力的なキャンプ」を意味する。

- ・茨城県の磯原にある「よっこらしょっ」が経営している「グランピングヴィレッジIBARAKI」に伺い、関係者のインタビュー調査を行った。
- ・(株)メイズムランドは「よっこらしょっ・湯かっぺ・グランピングヴィレッジIBARAKI・韓国バルKanrakuya・カラダラボ」を運営する会社である。ここは、水平線を望む絶景温泉風呂付ラグジュアリーグランピング施設で、新型コロナウイルスの影響もあり、個人旅行で人気が増している施設で2020年10月3日にオープンした。

・元々「よっころしよっ」では違う会社を経営しており、そこでは10年間レストランとお弁当屋さんを経営していた。しかし、震災の影響によってお客さんが減り、なにか地元を元気にしたいという気持ちで「よっころしよっ」を開いた。

〈図 1〉「グランピングヴィレッジ IBARAKI」の位置



出所: Google Map.  
(茨城県北茨城市磯原町磯原2547-3)

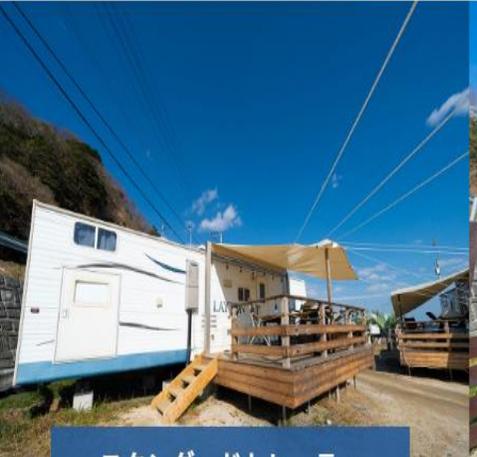
〈図 2〉「グランピングヴィレッジ IBARAKI」の「ゆかっぺ」と「からし焼き」



出所: グランピングヴィレッジIBARAKI。(https://meismland.co.jp/)

- ・北関東初の大型ドームテント2張、トレーラーハウス5基を配置し、大自然・アクティビティを満喫するラグジュアリーなキャンプが体験できる。
- ・半円形型大型ドームテントタイプのお部屋と、トレーラータイプのお部屋3種類（スタンダード・ラグジュアリー・ドッグ）を用意しており、全室エアコン完備なので、一年中快適に過ごすことができる。

## 〈図 3〉「グランピングヴィレッジ IBARAKI」の4つの部屋タイプ

			
エアドーム	ラグジュアリートレーラー	スタンダードトレーラー	ドッグトレーラー
シングルベッド2台、3名以上は簡易ベッドでの就寝で最大5名様ご宿泊可能。	ダブルベッド1台、シングルベッド3台、シングルエアベッド1台で、最大7名様	ダブルベッド1台、シングルベッド4台、シングルエアベッド1台で、最大7名様	ダブルベッド2台、シングルベッド1台、シングルエアベッド1台で、最大7名様

出所: グランピングヴィレッジ IBARAKI。 (<https://glamping-village.jp/>)

・Q1. この地域に出店した理由は何か。

A: どの海よりもとても綺麗で景色がとても感動したからである。元々この「よっころしょっ」は、空き地になっていたので始めた。

・Q2. キャンピング施設・温泉施設の開業条件はどのようなものか。

A: 海が見え全体的にもものんびり過ごせるように出来ることが最低限の条件だった。トレーラーハウスができた際の条件としては、ターゲット層である女性が来やすいよう、清潔さ、ロケーション、おしゃれさなどに心掛けていた。

・Q3. 最近の1日の来客数（週末など）、客層（性別、年齢）、地域、個人、家族など）はどうなのか。

A: 平日は10～20人、休日20～30人、カップルや家族が多い。客層は、東京など県外が多く、特に海のない県のリピーター率が高い。

・Q4. 新型コロナ前と後の顧客の変化はあるか。

A: だいぶ顧客が減った。新型コロナ前は家族連れやグループがとても多かったが、新型コロナ後は、海開きもしなかったため夏は去年よりも減った。そのため7月からクーポンを配り、その影響で顧客は少し増えたと感じている。

・Q5. 実施している新型コロナの安心・安全対策はあるか。

A: 換気対策とアルコール消毒などを徹底した「グランピング」を提供している。家族だけでバーベキューも行えることができ1日楽しめる。他の人と接触しないように戦略を立てている。

・Q6. 他の企業（キャンプ施設、温泉）との差別化はどのようなものがあるか。

A: 開放的であり、3密がないことやトレーラでの宿泊のため非日常を体験できる点が他の施設との差別化である。

・Q7. SNSで宣伝活動はしているのか。その宣伝に外部のPR会社を使っているか。

A: 今のところ使っていない。しかし、これから「Instagram」や「Facebook」に力をいれて顧客をもっと増やしたい。

・Q8. 「Go Toトラベル」で売り上げの変化はあったのか。

A: 「Go Toトラベル」のおかげで売り上げは上がった。「35% off」の価格で提供できるため効果はあるが、2021年1月で終了してしまうため、リバウンドが怖い。

・Q9. 今後どのような新しいサービスを考えているのか。

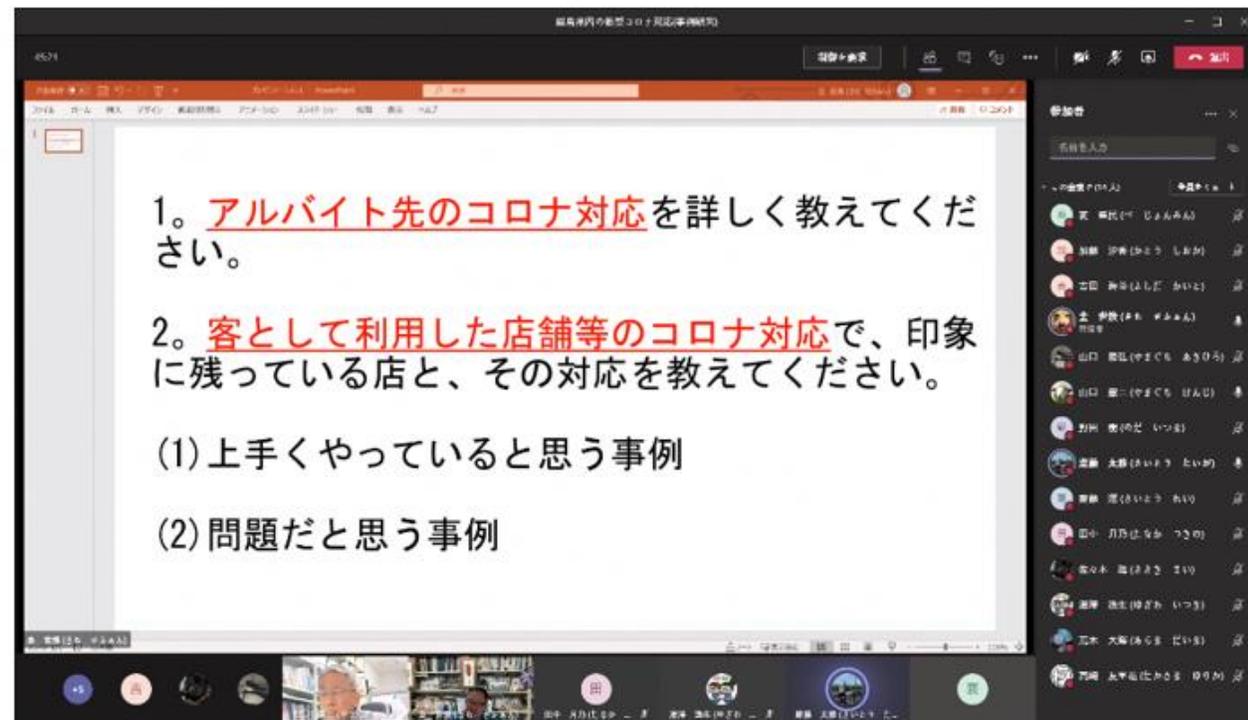
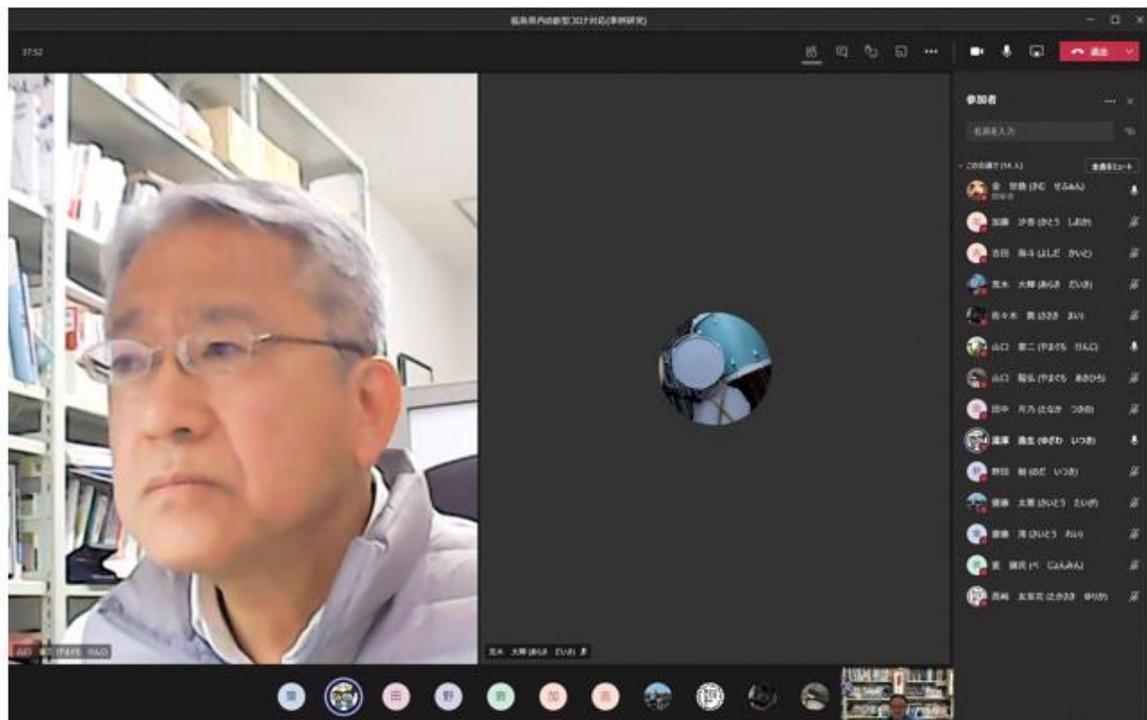
A:「ここでしか食べられないもの」、「ここでしか体験できないこと」を提供したい。また、新型コロナが落ち着けば「体験型プログラム」を増やし、「チーズケーキづくり体験」や漁師を巻き込んで新サービスを提供したい。

・インタビュー調査を行った学生らの感想

新型コロナ禍のなかで、屋外にあるため旅館施設よりも、顧客が多いと思っていたが、やはりキャンプ施設でも新型コロナの影響をたくさん受けていることが分かった。

ホテル業界では新型コロナ禍の中で3密を防ぐことは当たり前になっているが、それに加えてもっとより安心できる安全サービスを提供し、それを発信することが大切であると感じた。

〈図 4〉 「Teams」での遠隔発表の様子 (参加人数:14名)



※ 参加人数は、教員3名と学生11名の計14名。

## コロナ対応と学生意見

業種

大型ショッピング  
センター

**学生A**：トイレの際隣同士にならないようにソーシャルディスタンスを守っていること、検温機が設置されており自分の体温を測ることが出来る、消毒する場所も所々に設置されており店を出てから消毒でき、入口、出口にも設置されコロナ対策がなされている。また、食事する場では消毒をかけテーブルを綺麗にしている、飲食店でもコロナ対策をしてとても印象に残った。

**学生B**：買い物してレジを待つ際に、線が引いてあるのにそれに沿って並んでいないのと、店側も対応していない（スーパー等）。また、マスクしていない人が多いと従業員も言わないので不満を感じる。

## コロナ対応と学生意見

業種

総合ディス  
カウントストア

**学生C**：従業員のマスク着用、従業員の体温・体調チェック、出入り口に消毒液の設置、レジカウンター前にビニールシートの設置、ソーシャルディスタンスマットの設置、買い物かごの除菌作業、トイレのハンドドライヤーの使用禁止などを徹底している。

**学生D**：店舗側の対策を徹底していても、緊急事態宣言の緩和によってマスクをしないで来店する人や集団で来店する人といった、顧客側の意識の低下がみられるように感じた。

**学生E**：店舗側と顧客側、双方の協力があってこそコロナ対策になるものだと思っているので、顧客側への意識改善をする働きが必要だと思う。

## コロナ対応と学生意見

業種

映画館

**学生F**：映画を見る際は、一つ間隔をあけて座る（座席を50%）、飲食する際、映画が始まってから食べるようにする、マスクは必ずつける、映画館内は換気する、レジをするときは手袋をする（消毒も）、お客さんも従業員も検温する、定期的にお客さんが触れるところは消毒をするなど徹底している。

**学生G**：3密は避けれないと思ったので、利用しなかった。

## コロナ対応と学生意見

業種

本屋

**学生H:** 入口に消毒液の設置、従業員のマスク着用義務化、従業員の体調状態管理、立ち読み防止のシュリンク（フィルム）張り、レジカウンター前にビニールカーテン設置、ソーシャルディスタンスマット設置、営業時間短縮（24時→22時）、店内滞在時間短縮願いの店内放送、トイレのハンドドライヤー使用禁止などを行っており良かったと思う。

**学生I:** 立ち読みもできる様になっていて、さまざまな人が同じ本を読んだり、その本を購入して読むこともコロナウイルスがついていたら感染してしまうのではないかと不安を感じた。

**学生J:** 立ち読みをしている人が多くいるように感じるのと、同じ商品を何度も手に取っている光景も見られているため対策の強化が必要であると思う。

業種

ドラッグストア

飲食店

コロナ対応と学生意見

**学生K**：出入り口に消毒の設置、レジで並ぶ時間隔を空けるために床に間隔を開けてくださいの誘導サイン、レジ前の透明版、従業員の体調チェックなど徹底している。

**学生L**：「バイキング形式」で食べられる飲食店に行った時に、コロナ対策がしっかりしていると感じられた。バイキングと聞くとコロナの飛沫感染が怖いと感じるが、お店に入る前に、3分ごとに換気をしているパネルの設置があったり、文字を書く際のボールペンが使用前と使用済みと分けられたケースがおいてあったり、検温をしないと入店できないなどしっかりとしたコロナ対策をしているとお店に入る前に感じた。

また、お店に入ってから、マスク着用が必ずであり、料理を取る際には使い捨て手袋が置いてあり、料理を取る際も不特定多数の人が触れるところがない様に工夫されていた。また、席ごとの透明板だけでなく、お客同士を近づけないための座席の誘導も完璧であった。

業種

コロナ対応と学生意見

スタミナ太郎

学生M：換気の徹底、不特定多数が触るペンの消毒をしている点、使い捨ての手袋を着用で不特定多数の接触を減らす点、席ごとの透明板の設置など良かった。

ドコモショップ

学生N：webサイトで予約をすることで、店内滞在時間を短縮することができる。携帯電話の対応は、1：1の形式で一人当たりの対応時間が長いいため効果的だといえる。

## コロナ対応と学生意見

業種

学生O：二つある出入口を入口専用・出口専用にした。これにより消毒液・検温器の設置を一か所にまとめることができるので良かったと思った。

GU

学生P：検温チェック、入り口にアルコール設置、セルフレジ、出入り口を二カ所運用するなど良いと思った。

## 問題だと思う

## コロナ対応と学生意見

**学生Q**：来院時間を指定されたのでその時間に行ったが、外で30分程待たされた。

## 「病院」

**学生R**：熱が出て病院に行ったのだが、なぜ早く来なかったのか、若いからコロナを甘くみていると看護師さんに言われた。また、個室の部屋で診察まで待っていたのだから、トイレはみんな共通のトイレを使っていいと言われた。しかし、トイレも個別でなければ感染が広がってしまうのではないかと感じた。

リサーチ  
クエッション

いわき市でリモート観光を増やせると、関係人口を増加させ、地方創生に影響を及ぼす。

研究仮説

- 仮説① 「リモート観光(観光商品)」と「関係人口」は正の関係がある。
- 仮説② 「リモート観光」と→「地方創生」は正の関係がある。
- 仮説③ 「リモート観光」と「地方創生」は正の関係がある。



## 研究の背景

状況  
①

### マイナスの人口増加率

現在の日本の人口は、2009年からマイナスの人口増加率を記録している。したがって、総人口も2008年の約1億2810万人から、2020年の約1億2576万人まで減少している。

状況  
②

### 少子高齢化

2019年には65歳以上の高齢人口が28.4%まで増加し、経済活動に参加できる人口である15～64歳の層はかなり減っている。

状況  
③

### 都会より地方に打撃

上記の社会的な変化による影響は、都会より地方から先に現れる特性を持つ。したがって、現在の地方は住民数の減少問題や地域産業のための人材の不足問題などといった多様な課題に直面している。

## 研究の背景

状況  
④

### 2020年には新型コロナウイルス感染拡大の影響

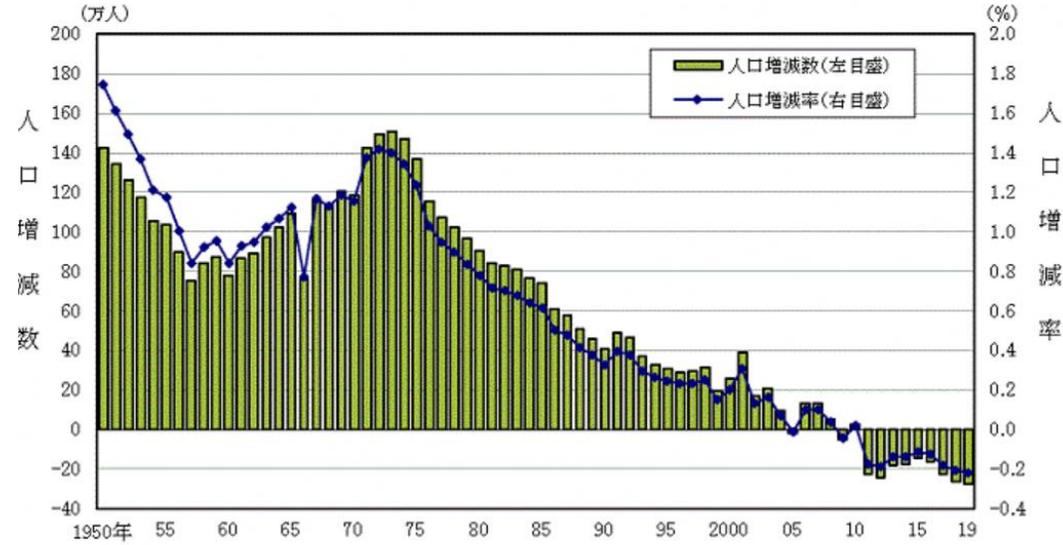
- 地方を支えている重要な産業の一つである観光業界も打撃を受けている。
- 人々の往来自粛が強制されるとともに、沢山の旅館・ホテルが倒産するか、厳しい経営環境に直面している。



地方の多様な問題を解決するための一つの方策である「関係人口」をどのように増やし、どのように活用すべきかに関する課題も生じる。

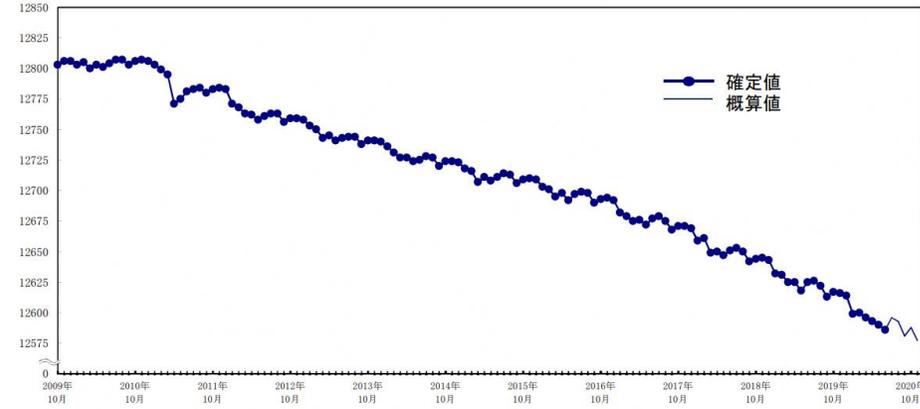
# 研究の背景

〈図1〉 総人口の人口増減数および人口増減率の推移(1950年～2019年)

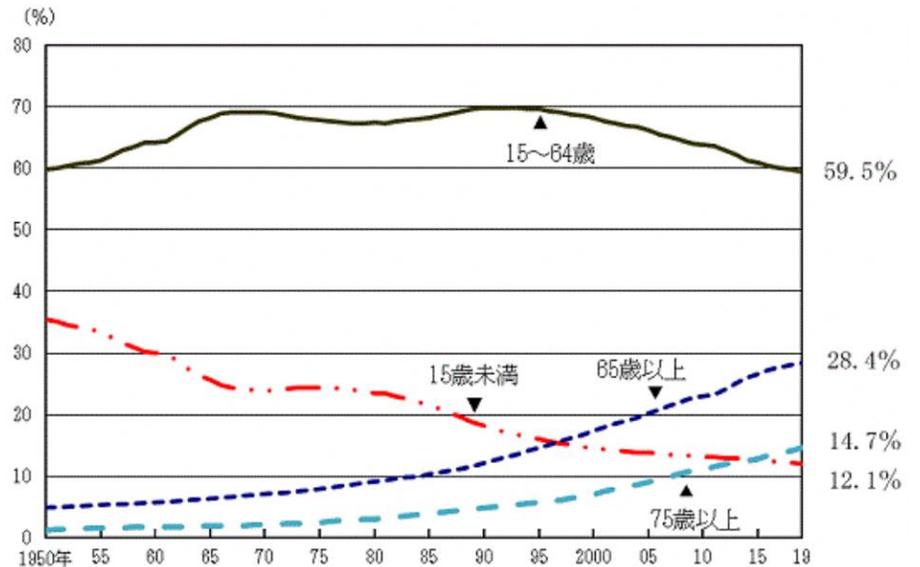


注) 人口増減率は、前年10月から当年9月までの人口増減数を前年人口(期首人口)で除したものである。

〈図2〉 総人口推移(単位：万人)



〈図3〉 年齢区分別人口の割合の推移(1950年～2019年)



## 文献研究：新型コロナウイルスによる影響

### 新型コロナウイルスの感染拡大によって現れた3つの社会的変化 ①非対面の日常化、②IT活用の増加、③地方移住意欲の向上

新型コロナウイルスの感染経路のほとんどは感染者の口からの飛沫である。

→ ショッピング、運動、飲み会、忘年会などの活動は徹底的に避けられることとなった。

その代わりに非対面及びオンラインの活動が継続的に増加している。

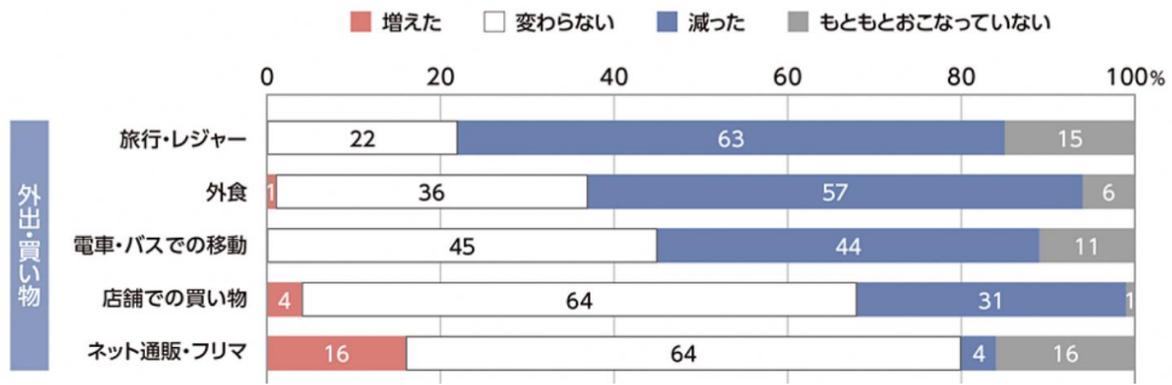
→ 買い物はネット通販・フリマが、働きはテレワークが、病院での受診はオンライン診療が使われる。

仕事と生活、どちらも重要視するように意識が強くなっている。

→ 地方移住に関心を持つ人も増加している。

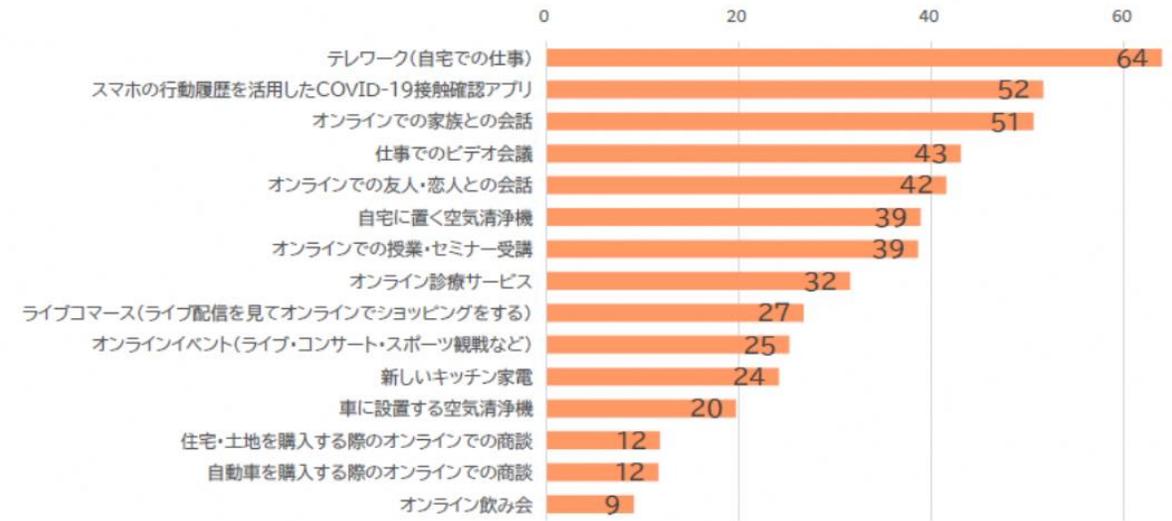
# 文献研究：新型コロナウイルスによる影響

〈図3〉 新型コロナウイルス流行での行動変化

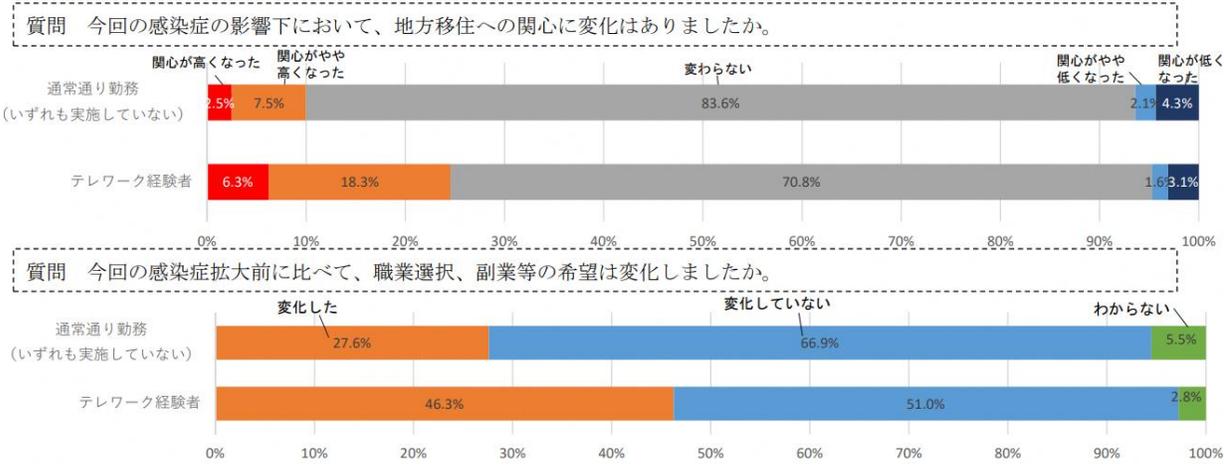


〈図4〉 新型コロナウイルスの影響で今後活用したいテクノロジー

Q: 新型コロナウイルスの影響を受け、テクノロジーを活用した新しい生活様式が見られます。あなたが、今後活用したいもの・増やしたいことを、すべてお選びください。



〈図5〉 テレワーク経験者の意識変化



## 文献研究：定住人口・関係人口・交流人口

### 定住人口

その名称通りにその地域に住んでいる人々のこと。居住者または居住人口とも呼ばれる。

### 交流人口

その地域を訪れる人々のことであり、その地域に住んでいる人（定住人口又は居住人口）に対する概念。地域訪問目的は、通勤・通学、買い物、文化鑑賞・創造、学習、習い事、スポーツ、観光、レジャー、などがあげられる。

### 関係人口

移住した定住人口ではなく交流人口でもない、地域と多様な形で関わっている人を指す言葉。関わる形は次の4つがあげられる。

- ① 定期的に対象地域に足を運ぶこと
- ② 定期的の特産品を買うこと
- ③ 定期的に離れていても地域のファンになること
- ④ 定期的に関わる地域に動きに合わせてともに盛り上げることがあげられる。

# 文献研究：地方創生

## 地方創生の総合戦略とKPI

① 地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする。

- 農林水産業の成長産業化
- 観光業を強化する地域における連携体制の構築
- 地域の中核企業、中核企業候補支援

② 地方への新しいひとの流れをつくる。

- 地方移住の推進
- 企業の地方拠点機能強化
- 地方大学活性化

③ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる。

- 若い世代の経済的安定
- 妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援
- 働き方改革とワーク・ライフ・バランス実現

④ 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する。

- 「小さな拠点」の形成
- 「連携中枢都市圏」の形成
- 既存ストックのマネジメント強化

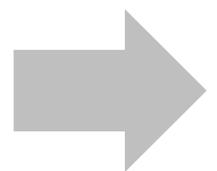
## 文献研究：地方創生と観光産業

2008年：観光促進に関する基本法により作られた観光人口の条項。

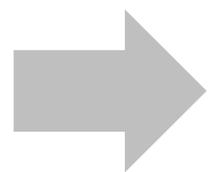
- ① 観光地及び観光産業の国際競争力の強化に資する高等教育の充実
- ② 観光事業に従事する者の知識及び能力の向上
- ③ 地域固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進

2014年：まち・ひと・しごと創生法

→ 地域社会における観光がもたらす経済面への期待は大きく、地方創生の1つの柱として理解。



観光に関する基本法→ 観光人材育成が重要となり、地域創生を支える役割を果たす存在として認識できる。



低成長経済・少子高齢化社会が進んでいる地域での人材不足を解消方策  
→ 関係人口が重要となる。（総務省の「関係人口創出・拡大事業」）

## 文献研究：新しい観光商品の利用

### VR観光

VRという言葉は「Virtual Reality」の略語。VRの技術は発展を継続し、現在は、教育、医療、介護、観光などで活用されている。

### リモート観光

リモート観光とは、外出せずに、家にいながらオンラインで旅行しているような体験ができるコンテンツのこと。

## 結論：観光に関する調査結果

- ① 調査対象者のほとんどは観光が好きだが、新型コロナウイルスの感染拡大により実際の旅行の回数が大幅に減っている。
- ② リモート観光の知覚率は50%を下回り、リモート観光のコンテンツは消費者に浸透していない。
- ③ リモート観光の希望する人は50%を上回っているため、リモート観光への関心は高いといえる。
- ④ リモート観光を希望する人のうち女性が70.6%を占めていることから、今後女性を狙う必要がある。
- ⑤ 観光行為は、その地域の関係人口の増加に影響を及ぼしている。  
(追加的な調査が必要)